

Lo scorso 9 giugno sono state rese note le prime disposizioni urgenti adottate, volte alla semplificazione dei procedimenti amministrativi concernenti in particolare la disciplina fiscale (Decreto Legge n. 70 del 13 maggio 2011).

“Il nuovo Regolamento segna un primo, importante passo verso la tutela del valore e dei valori della Profumeria Selettiva. Si registra una maggiore sensibilità al rispetto delle regole. In tale contesto prende corpo e vigore l'attività del nostro ufficio legale che certifica i contratti che rispondono a requisiti precisi”.

Nicola Ostuni

Controlli amministrativi

Per ridurre il peso della burocrazia che grava sulle imprese e più in generale sui contribuenti, sono state introdotte le seguenti novità.

Esclusi i casi straordinari di controlli per salute, giustizia ed emergenza, il controllo amministrativo in forma d'accesso da parte di qualsiasi autorità competente deve essere unificato, può essere operato al massimo con cadenza semestrale, non può durare più di 15 giorni. Codificando la prassi, la Guardia di Finanza, negli accessi di propria competenza presso le imprese, opera, per quanto possibile, in borghese. Il periodo di permanenza presso la sede del contribuente, così come l'eventuale proroga ivi prevista, non può essere superiore a 15 giorni in tutti i casi in cui la verifica sia svolta presso la sede di imprese in contabilità semplificata e lavoratori autonomi; anche in tali casi, ai fini del computo dei giorni lavorativi, devono essere considerati i giorni di effettiva presenza degli operatori civili o militari dell'Amministrazione finanziaria presso la sede del contribuente.

Contabilità semplificata

È aumentato il limite dei ricavi il cui mancato superamento consente alle imprese individuali, alle società di persone e agli enti commerciali la tenuta della contabilità semplificata: per le prestazioni di servizi il nuovo limite è pari a 400.000 euro, per le altre attività è pari a 700.000 euro

Obbligo di comunicazione delle operazioni IVA

Al fine di semplificare gli adempimenti dei contribuenti, l'obbligo di comunicazione delle operazioni di importo superiore a 3.000 euro, effettuate nei confronti di contribuenti non soggetti passivi ai fini dell'IVA, è escluso qualora il pagamento dei corrispettivi avvenga mediante carte di credito, di debito o prepagate.

Comunicazione di dati già in possesso del fisco

I contribuenti non devono fornire informazioni che siano già in possesso del fisco e degli enti previdenziali ovvero che da questi possono essere direttamente acquisite da altre amministrazioni.

Richiesta di rimborsi d'imposta in dichiarazione mutata in richiesta di compensazione

La dichiarazione dei redditi e dell'IRAP possono essere integrate dai contribuenti per modificare l'originaria richiesta di rimborso dell'eccedenza di imposta esclusivamente per la scelta della compensazione, sempre che il rimborso stesso non sia stato già erogato, anche in parte, mediante dichiarazione da presentare entro 120 giorni

dalla scadenza del termine ordinario di presentazione, utilizzando modelli conformi a quelli approvati per il periodo d'imposta cui si riferisce la dichiarazione.

Rateizzazione debiti tributari

Per le somme dovute a seguito dei controlli automatizzati e formali delle dichiarazioni è stabilita la possibilità di richiedere la rateazione, per un numero massimo di 6 rate trimestrali, anche degli importi pari o inferiori a 2.000 euro, senza necessità di presentazione della richiesta entro 30 giorni dalla comunicazione. Inoltre, occorre prestare la garanzia soltanto se l'importo complessivo delle rate successive alla prima supera 50.000 euro; è prevista l'esclusione della fideiussione, se dovuta, relativamente alla prima rata.

Distruzione dei beni e dichiarazione sostitutiva

Com'è noto, la distruzione dei beni o la trasformazione in beni di altro tipo e di più modesto valore economico, è provata anche dal verbale redatto da pubblici funzionari, che hanno presenziato alla distruzione o alla trasformazione dei beni. In base al provvedimento in esame il suddetto verbale può essere sostituito da una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, se l'ammontare del costo dei beni distrutti o trasformati non è superiore a 10.000 euro, anziché 5.164,57 euro come stabilito dalla previgente disciplina.

Come procede il nuovo Regolamento europeo?

Avevamo già avuto modo di sottolineare come l'adeguamento al nuovo R con tutti i suoi marchi, Chanel, Acqua di Parma, La Prairie, BPI e P&G (gli ultimi due con parte dei loro marchi) - avessero già presentato ai concessionari il nuovo contratto rivisto in base alle direttive UE. C'è dunque un'evoluzione in atto, che Fenapro tiene costantemente monitorata anche e soprattutto attraverso il proprio ufficio legale, coordinato dall'avvocato Domenico Morano, “È il segnale importante che le aziende, adora almeno una parte di esse!, si stia adeguando al rispetto di regole come l'impegno a ‘tenere’ il mercato, la selezione dei punti vendita, l'impegno a ritirare i resi”, sottolinea il presidente Nicola Ostuni. Come entra Fenapro in caso di contraddittorio tra il concessionario e la marca? “Come già sottolineato, grande elemento di novità di questo nuovo Regolamento è il fatto che preveda che le Federazioni siano parte in causa attiva nelle questioni contrattuali. “Ecco perché invitiamo tutti i profumieri che rilevassero anomalie nei contratti ricevuti di contattarci, per essere seguiti e assistiti dal nostro ufficio legale”, riprende Ostuni. Da parte di Fenapro c'è inoltre la volontà di predisporre delle linee guida perché i contratti siano effettivamente conformi alle direttive UE”.

Premio Accademia del Profumo 2012

Calato il sipario sull'edizione 2011 del premio legato al concorso di Accademia del Profumo, si sta lavorando a individuare un nuovo format per il prossimo anno, che punti a un ulteriore coinvolgimento del consumatore e del punto vendita, oltre a un diverso meccanismo di voto. L'obiettivo evidente è quello di trasformare l'evento in qualcosa di sempre più corale e meno ‘autocelebrativo’. “Il concorso, in particolare, dovrà servire a fare una reale cultura sul profumo, anche attraverso una diversa e nuova forma di comunicazione, ora al vaglio, che si rivolga direttamente al pubblico invitandolo a partecipare all'evento”, sottolinea Mario Verduci.

La reazione della Federazione al servizio del Tg 5

In un mercato che non conosce crisi il canale che dà maggiori garanzie di qualità è la farmacia. Ma come, gli affari languono e molte profumerie sono costrette ad abbassare le saracinesche? È tutta un'illusione ottica, il mercato va benone e cresce ben dell'1%. Una marcia trionfale, insomma. E il merito di tutto ciò è della farmacia, che rimane "il canale preferito per l'acquisto e dà garanzie di qualità". È questa la personalissima tesi sostenuta nel servizio andato in onda lo scorso 23 maggio scorso durante l'edizione serale del Tg 5, dedicato appunto al mercato della bellezza. Immediata la reazione di Fenapro che ha subito inviato una lettera di lamentele alla direzione del Tg 5, in copia conoscenza ad Unipro, al momento in cui scriviamo rimasta ancora senza risposta. A seguire trovate sia il testo del servizio televisivo che la lettera. Vi terremo al corrente degli eventuali sviluppi.

Per vigilare sulla qualità di creme e trucchi il Ministero della Salute ha annunciato che, dal prossimo anno, diventerà obbligatorio segnalare tutti gli effetti indesiderati di un prodotto così come già avviene per i farmaci.

Il testo del servizio...

Se c'è un mercato che è sempre in crescita è quello dei cosmetici. Dopo l'alimentazione e la salute sono considerati una voce di spesa irrinunciabile. Per prodotti di bellezza nel 2010 gli italiani hanno speso quasi 10 miliardi di euro, l'1% in più rispetto all'anno precedente. Il mercato cosmetico non conosce crisi e a guidare la lista dei più venduti c'è un prodotto del quale si potrebbe anche fare a meno e proprio per questo è indispensabile per molte donne: lo smalto. Per cambiare colore alle proprie unghie, abbinare ai vestiti estivi l'ultima tonalità di moda si sono spesi quasi 100 milioni di euro, il 6,7% in più rispetto al 2009. Italiani vanitosi e spendaccioni sì, ma con testa. I dati diffusi dall'Unipro, associazione che unisce le imprese di cosmetica, evidenziano che il canale preferito per l'acquisto resta la farmacia che dà garanzie di qualità. Dopo gli smalti hanno molto successo i cofanetti regalo, creme e trucchi e i depigmentanti, le lozioni che attenuano le macchie solari e gli effetti indesiderati dell'abbronzatura. Il livello di sicurezza dei prodotti 'made in Italy' è garantita da norme severissime. Il problema può riguardare, semmai, le importazioni estere.

Tg5 del 23 maggio 2011 - edizione delle 20.00

La lettera inviata da Fenapro alla direzione del Tg 5

Egregio Direttore,

il servizio del Tg5 del 23 maggio u.s., edizione delle ore 20.00, a cura di Beatrice Bortolon, annuncia con una giusta dose di ottimismo i dati del mercato cosmetico che "non conosce crisi", tant'è vero che anche nel 2010 ha continuato la sua crescita "trionfale". Le notizie, anche quando comunicate in forma corretta, sono portatrici di almeno due verità a seconda dell'angolo di osservazione. Infatti, per il settore è certamente una buona notizia apprendere che il mercato cosmetico sia cresciuto dell'1%; per i profumieri, invece, è una brutta notizia apprendere che il canale preferito per l'acquisto resta la farmacia "che dà garanzie di qualità". E non è neppure sufficiente consolarsi con il fatto che la brutta notizia è mendace per almeno due ordini di motivi:

1. attraverso il canale profumeria si distribuisce, infatti, il 24,57% del valore dei consumi, contro il 16,08% della farmacia (dati Unipro);
2. la qualità intrinseca del prodotto prescinde dal canale distributivo, mentre la qualità percepita è certamente determinata dal livello del servizio di vendita nell'erogazione del quale la profumeria non è seconda a nessuno. Come mai, dunque, un'importante testata giornalistica come il Tg5 cerca di orientare i consumatori verso un canale alternativo come la farmacia, utilizzando argomenti non rispondenti al vero? Semplice svista giornalistica o interessi precostituiti da tutelare? Qualunque sia la motivazione, resta il fatto che il canale elettivo riconosciuto dai consumatori come il più importante nella distribuzione dei cosmetici non trova analogo riconoscimento nei media i quali sembrano più interessati a comunicare la loro idea del mondo, senza curarsi di ciò che è vero e ciò che è falso. Francamente, non ci sembra la modalità migliore per mettersi al servizio della verità dell'informazione.

Per segnalare gli effetti indesiderati di un cosmetico nasce la 'cosmetico-vigilanza'

Sembra ufficiale. Tra un anno partirà un nuovo servizio del ministero della Salute per la cosmetico-vigilanza. Così come per i farmaci, dovranno essere segnalati tutti gli effetti indesiderati di un prodotto di bellezza. Lo ha annunciato il sottosegretario alla Salute Francesca Martini. Prodotti contraffatti o di scarsa qualità possono infatti causare allergie, eritemi, arrossamenti. Sul sito dello stesso dicastero sarà inoltre possibile raccogliere tutte le segnalazioni sugli effetti di qualsiasi tipo di prodotto di bellezza, che in alcune situazioni possono creare problemi come durante l'esposizione al sole o durante l'assunzione di alcuni farmaci.